

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan, persepsi, sikap, dan keterlibatan konsumen pada niat untuk melanjutkan. Objek dari penelitian ini adalah dompet seluler Gopay, OVO, dan Dana. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei. Kriteria responden dari penelitian ini adalah pengguna dompet seluler Gopay, OVO, atau Dana yang berusia 18-45 tahun dan berdomisili di Pulau Jawa, serta pernah melakukan transaksi pada dompet seluler Gopay/OVO/Dana. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penelitian ini mendapatkan responden sebanyak 210 responden. Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS untuk mengolah data.

Hasil dari penelitian ini adalah kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan berpengaruh positif pada sikap konsumen. Namun, persepsi risiko tidak berpengaruh pada sikap konsumen. Kemudian, sikap konsumen berpengaruh positif pada keterlibatan konsumen. Keterlibatan konsumen berpengaruh positif pada niat untuk melanjutkan. Sebagai hasil akhir, sikap konsumen berpengaruh positif pada niat untuk melanjutkan.

**Kata kunci:** dompet seluler, sikap konsumen, keterlibatan konsumen, niat untuk melanjutkan

## ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of trustworthiness, perception, attitude, and consumer engagement on continuance intention. The object of this study are electronic wallet (e-wallet) such as Gopay, OVO, and Dana. This study used a quantitative approach with data collection through survey. The criteria for respondents in this study were users of the e-wallet such as Gopay, OVO, or Dana aged 18-45 years and domiciled in Java Island and have made transactions on the e-wallet such as Gopay, OVO, or Dana. The sampling method on this study is purposive sampling. This study obtained 210 respondents. This study used Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS software to process the data.

The results of this study are that trustworthiness, perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived security positively influences consumer attitude. However, perceived risk has no effect on consumer attitude. Then, consumer attitude positively influences consumer engagement. Consumer engagement positively influences continuance intention. As a result, consumer attitude positively influences continuance intention.

**Keywords:** e-wallet, consumer attitude, consumer engagement, continuance intention